

# **МИКРОЭКОНОМИКА**

**Д о п у щ е н о**

**Министерством образования Республики Беларусь  
в качестве учебного пособия  
для студентов учреждений высшего образования  
по группам специальностей «Экономика»,  
«Бухгалтерский учет, налогообложение, финансы,  
банковское и страховое дело», «Менеджмент, логистика,  
маркетинг и реклама», «Статистика»**

**Под редакцией А. В. Бондаря, В. А. Воробьева,  
А. М. Филишова**

**Минск БГЭУ 2024**

# ОГЛАВЛЕНИЕ

<b>Предисловие</b> .....	11
<b>Глава 1. ПРЕДМЕТ МИКРОЭКОНОМИКИ</b> .....	14
1.1. Предмет микроэкономики .....	14
1.2. Концепция экономического рационализма .....	16
1.3. Применение и границы микроэкономической теории. Микроэкономическая теория и практика .....	21
1.4. Методы микроэкономического анализа .....	24
<i>Основные выводы</i> .....	29
<i>Основные понятия</i> .....	30
<i>Вопросы для самопроверки</i> .....	30
<b>Глава 2. ТЕОРИЯ ПОВЕДЕНИЯ ПОТРЕБИТЕЛЯ</b> .....	31
2.1. Проблема оценки потребителем общей полезности потребляемых благ .....	31
2.2. Аксиомы ординалистского подхода. Функция полезности и кривые безразличия потребителя. Свойства кривых безразличия. Предельная норма замещения .....	32
2.3. Бюджетные ограничения. Бюджетная линия потребителя, ее свойства .....	38
2.4. Графическая интерпретация равновесия потребителя .....	41
2.5. Кривая «цена—потребление». Построение кривой индивидуального спроса .....	42
2.6. Кривая «доход—потребление». Кривые Энгеля ...	47

2.7. Эффект дохода и эффект замещения .....	52
2.8. Рыночный спрос. Построение кривой рыночного спроса .....	58
<i>Основные выводы</i> .....	60
<i>Основные понятия</i> .....	62
<i>Вопросы для самопроверки</i> .....	62
<b>Глава 3. СОВЕРШЕННАЯ КОНКУРЕНЦИЯ</b> .....	64
3.1. Типы конкуренции и основные рыночные структуры в современной экономике.....	65
3.2. Совершенная конкуренция и ее основные черты. Спрос на продукт и предельный доход совершенного конкурента .....	70
3.3. Два подхода к определению оптимального объема выпуска фирмы. Равновесие совершенно конкурентной фирмы в краткосрочном периоде .....	74
3.4. Кривая предложения фирмы и отраслевое предложение в краткосрочном периоде .....	85
3.5. Равновесие совершенно конкурентной фирмы в долгосрочном периоде. Долгосрочное предложение в конкурентной отрасли .....	88
3.6. Совершенная конкуренция и эффективность... 94	
<i>Основные выводы</i> .....	97
<i>Основные понятия</i> .....	100
<i>Вопросы для самопроверки</i> .....	100
<b>Глава 4. ЧИСТАЯ МОНОПОЛИЯ</b> .....	102
4.1. Чистая монополия и ее основные черты .....	102
4.2. Равновесие чистой монополии в краткосрочном периоде .....	105
4.3. Равновесие чистой монополии в долгосрочном периоде .....	109
4.4. Чистая монополия и экономическая эффективность.....	111

4.5. Ценовая дискриминация: условия, формы, последствия.....	118
<i>Основные выводы</i> .....	121
<i>Основные понятия</i> .....	122
<i>Вопросы для самопроверки</i> .....	122
<b>Глава 5. МОНОПОЛИСТИЧЕСКАЯ КОНКУРЕНЦИЯ</b> .....	124
5.1. Основные черты монополистической конкуренции. Дифференциация продукта.....	124
5.2. Равновесие фирмы — монополистического конкурента в краткосрочном периоде .....	129
5.3. Равновесие фирмы — монополистического конкурента в долгосрочном периоде. Избыточные производственные мощности .....	133
5.4. Монополистическая конкуренция и эффективность.....	138
5.5. Ценовая и неценовая конкуренция. Дифференциация и усовершенствование продукта. Реклама. Издержки неценовой конкуренции	143
<i>Основные выводы</i> .....	149
<i>Основные понятия</i> .....	152
<i>Вопросы для самопроверки</i> .....	152
<b>Глава 6. ОЛИГОПОЛИЯ</b> .....	154
6.1. Основные черты олигополии. Стратегическое взаимодействие фирм в условиях олигополии.....	154
6.2. Типология моделей олигополии .....	156
6.3. Модели, основанные на некооперативной стратегии с последовательным принятием решений .....	158
6.4. Модели, основанные на некооперативной стратегии с одновременным принятием решений .....	162
6.5. Модель, основанная на кооперативной стратегии (модель картеля) .....	167

6.6. Проблема устойчивости цен в условиях олигополии. Модель ломаной кривой спроса .....	171
6.7. Использование теории игр при моделировании стратегического взаимодействия фирм в условиях олигополии .....	173
6.8. Олигополия и эффективность .....	179
6.9. Рыночная власть, ее источники. Монополизм. Показатели монопольной власти. Проблема монополизма в Республике Беларусь .....	181
6.10. Антимонопольная политика государства: зарубежный опыт, особенности в Республике Беларусь .....	184
<i>Основные выводы</i> .....	188
<i>Основные понятия</i> .....	190
<i>Вопросы для самопроверки</i> .....	190
<b>Глава 7. РЫНОК ТРУДА</b> .....	192
7.1. Особенности функционирования рынка ресурсов .....	192
7.1.1. Спрос на рынке ресурсов .....	192
7.1.2. Предложение на рынке ресурсов .....	194
7.1.3. Равновесный объем, отраслевой и рыночный спрос на рынке ресурсов .....	195
7.1.4. Минимизация издержек и максимизация прибыли при использовании ресурсов .....	197
7.2. Структура рынка ресурсов .....	198
7.3. Совершенная и несовершенная конкуренция на рынке ресурсов .....	199
7.4. Сущность и механизм функционирования рынка труда .....	200
7.4.1. Сущность рынка труда, его структура и инфраструктура .....	200
7.4.2. Спрос и предложение на конкурентном рынке труда .....	202
7.4.3. Ставка заработной платы на конкурентном рынке труда .....	205

7.5. Рынок труда в условиях несовершенной конкуренции.....	207
7.5.1. Монополия на рынке труда .....	208
7.5.2. Монополия на рынке труда и роль профессиональных союзов .....	210
7.5.3. Двусторонняя монополия на рынке труда.....	211
7.6. Особенности рынка труда в Республике Беларусь .....	213
<i>Основные выводы</i> .....	218
<i>Основные понятия</i> .....	223
<i>Вопросы для самопроверки</i> .....	223
<b>Глава 8. РЫНОК КАПИТАЛА. ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКАЯ СПОСОБНОСТЬ И ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ПРИБЫЛЬ .....</b>	<b>225</b>
8.1. Рынок капитала и его структура. Спрос на капитал. Инвестиции. Рыночный спрос на капитал.....	225
8.2. Приведенная стоимость. Критерий чистой приведенной стоимости и принятие решений по инвестициям .....	231
8.3. Предложение капитала. Сбережения домохозяйств, межвременной выбор и временные предпочтения. Равновесие на рынке капитала .....	234
8.4. Рынок услуг капитала. Равновесие на рынке услуг капитала в кратко- и долгосрочном периодах.....	241
8.5. Рынок ценных бумаг. Цены и доходы на рынке ценных бумаг .....	245
8.6. Предпринимательская способность как фактор производства. Экономическая прибыль и ее функции .....	257
<i>Основные выводы</i> .....	262
<i>Основные понятия</i> .....	265
<i>Вопросы для самопроверки</i> .....	265

<b>Глава 9. РЫНОК ЗЕМЛИ</b> .....	267
9.1. Земля как фактор производства .....	267
9.2. Рынок земли .....	269
9.3. Качество земельных участков и дифференциальная рента. Цена земли.....	272
9.4. Рынок земли в Республике Беларусь .....	276
<i>Основные выводы</i> .....	279
<i>Основные понятия</i> .....	281
<i>Вопросы для самопроверки</i> .....	281
<b>Глава 10. ОБЩЕЕ РАВНОВЕСИЕ И ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ЭФФЕКТИВНОСТЬ</b> .....	282
10.1. Понятия частичного и общего равновесия.....	283
10.2. Эффективность обмена. Эффективность и справедливость .....	286
10.3. Эффективность производства .....	292
10.4. Эффективность структуры выпуска продукции .....	296
10.5. Фиаско (неудачи) рынка. Критерии оценки изменений в благосостоянии, вызванных государственным регулированием.....	299
<i>Основные выводы</i> .....	304
<i>Основные понятия</i> .....	305
<i>Вопросы для самопроверки</i> .....	306
<b>Глава 11. ТЕОРИЯ ВНЕШНИХ ЭФФЕКТОВ</b> .....	307
11.1. Внешние эффекты .....	307
11.2. Интернализация внешних эффектов. Теорема Коуза.....	312
11.3. Регулирование внешних эффектов: корректирующие налоги и субсидии .....	316
11.4. Использование теории внешних эффектов в экономической практике .....	319
<i>Основные выводы</i> .....	325
<i>Основные понятия</i> .....	327
<i>Вопросы для самопроверки</i> .....	327

<b>Глава 12. ИНФОРМАЦИЯ, НЕОПРЕДЕЛЕННОСТЬ И РИСК В ЭКОНОМИКЕ .....</b>	<b>329</b>
12.1. Информация и ее роль в экономике. Неопределенность. Отношение субъектов к риску, способы снижения риска .....	329
12.2. Асимметричность информации. Отрицательный отбор. Роль рыночных сигналов в преодолении информационной асимметрии .....	334
12.3. Моральный риск. Проблема «принципал—агент» .....	339
12.4. Асимметричная информация как причина государственного микроэкономического регулирования .....	342
<i>Основные выводы .....</i>	<i>345</i>
<i>Основные понятия .....</i>	<i>347</i>
<i>Вопросы для самопроверки .....</i>	<i>347</i>
<b>Глава 13. ОБЩЕСТВЕННЫЕ БЛАГА.....</b>	<b>348</b>
13.1. Принципы классификации экономических благ .....	348
13.2. Свойства общественных благ.....	350
13.3. Смешанные общественные блага.....	351
13.4. Особенности спроса на чистые общественные блага .....	354
13.5. Производство общественных благ через кооперацию товаропроизводителей и проблема «безбилетников».....	357
13.5.1. Оптимизация производства чистого общественного блага методом сравнения совокупных выгод и издержек .....	357
13.5.2. Принцип соизмерения предельных выгод и предельных издержек при определении оптимального объема чистого общественного блага .....	358
13.5.3. Влияние принципа финансирования на достижение эффективного объема чистого общественного блага .....	361
13.5.4. Проблема «безбилетников» .....	362

13.6. Роль рынка в предоставлении общественных благ.....	364
13.7. Роль государства в предоставлении общественных благ .....	366
<i>Основные выводы</i> .....	370
<i>Основные понятия</i> .....	373
<i>Вопросы для самопроверки</i> .....	373
<b>Глава 14. ТЕОРИЯ ОБЩЕСТВЕННОГО ВЫБОРА</b> .....	374
14.1. Методологические предпосылки анализа общественного выбора .....	374
14.2. Модель взаимодействия субъектов на политическом рынке .....	377
14.3. Общественный выбор в условиях прямой демократии.....	379
14.4. Общественный выбор в условиях представительной демократии .....	382
14.5. Группы специальных интересов. Теория коллективных действий .....	384
14.6. Экономический анализ бюрократии. Теория поиска ренты .....	386
14.7. Политико-экономический цикл. «Провалы» государства.....	388
<i>Основные выводы</i> .....	390
<i>Основные понятия</i> .....	392
<i>Вопросы для самопроверки</i> .....	392
<b>Глоссарий</b> .....	393
<b>Литература</b> .....	410